

Preis der Deutschen Marktforschung 2008 BVM/VMÖ Nachwuchsforscher 2. Preis



Dr. Kai Vollhardt

**Management von Markenportfolios -
Gestaltung und Erfolgsauswirkungen aus
Unternehmenssicht**

Eingereicht bei Prof. Dr. Frank Huber
Johannes Gutenberg-Universität Mainz

Laudatio

Das hohe Markenbewusstsein als zentrales Instrument des Marketings führte dazu, dass viele Unternehmen mehr als eine Marke am Markt anbieten. Bekannteste Beispiele sind Konzerne im Bereich Lebensmittel, die in einzelnen Fällen mehrere tausend Marken weltweit anbieten. In der Literatur zum Thema Marke steht allerdings die Entwicklung einer einzelnen Marke im Vordergrund und es gibt kaum Beiträge zum Management von Markenportfolios.

Hier setzt Herr Dr. Vollhardt an und untersucht mittels einer Befragung von über 300 Unternehmen Einflussfaktoren für ein erfolgreiches Management von Markenportfolios. Für jedes Unternehmen erfragt er getrennt Themen zum Management und Organisation und zum Erfolg des Unternehmens. Auf dieser Basis schätzt er mittels des PLS-Verfahrens Modelle, die den Einfluss der latenten Variablen „Teamspirit“, „Formalisierung“ und „Ressourcenkomplementarität“ auf die Zielgrößen „Markterfolg“, „Profitabilität“ und „Effektivität des Markenportfoliomanagements“ bestätigen.

Die Modelle waren signifikant und geben damit den Praktikern Hinweise auf die relevanten Steuerungsfaktoren. Eine Clusteranalyse belegte den wirtschaftlichen Erfolg derjenigen Unternehmen, die mehr in das Controlling des Markenportfolios investieren.

Hamburg, 5. Juni 2008

Dr. Werner Paul

Mitglied der Jury in der Kategorie BVM/VMÖ Nachwuchsforscher des Jahres
Gesamtverantwortung und Koordination